图书情报工作
第65卷 第5期 2021年3月

手绘图书馆视觉设计创意与实践探索*
——以清华大学为例

■ 孙懿琳[1] 宋昕阳[2] 韩丽风[3]
[1] 清华大学美术学院 北京 100084 [2]清华大学电机工程与应用电子技术系 北京 100084
[3] 清华大学图书馆 北京 100084

摘 要:[目的/意义]探索高校图书馆运用手绘视觉艺术开展文化创意设计的实践经验。[方法/过程]运用案例研究法,分析清华大学"手绘图书馆"项目的实践思路和过程,探究将图书馆的建筑设计、人文历史、资源和功能等多维信息运用到文化创意设计的实践中,并评估基于叙事的视觉设计创意在传播图书馆文化中的效用。[结果/结论]手绘图书馆作品在图书馆文化历史传播和资源功能科普方面发挥了显著的作用,传统与数字结合的文创形式获得读者认可,线上线下结合的融媒体手段是文创宣传行之有效的传播方式。将手绘视觉艺术应用于图书馆文化创作具有广阔的空间,对于高校文化传承创新具有重要意义。

关键词:高校图书馆 文化创意 视觉设计 手绘艺术 案例研究
分类号:G250
DOI:10.13266/j.issn.0252-3116.2021.05.007

1 引言

文化创意作品简称文创作品,严格而言,文创作品和文创产品两概念的内涵不尽相同,文创产品一般指经过商业化、产业化流程的文创作品,鉴于本文讨论重点不涉及市场转化环节,因此将其统称为文创作品。文创作品从载体形式上可分为传统文创作品和数字文创作品两类。据文献和网站调查,公共图书馆在传统文创领域普遍较为活跃,已有部分转化为带来经济效益的文创产品(商品),如国家图书馆在淘宝网开设网上商店,在线售卖图书周边产品[1]。刘浩、马晴对台湾地区的文创产品进行了调研,发现台湾地区图书馆参与文创产品开发时间较早,已在产品设计、研发模式等方面积累了较多经验[2]。王毅、柯平对国外10所具有代表性的公共图书馆文创产品进行了调研,发现其种类多样、创意丰富,产生了较好的经济效益和社会效益[3]。而高校图书馆因为各种原因在传统文创的产品化、规模化方面进展较为落后[4-5]。比较而言,高校图书馆在数字文创领域相对活跃,已涌现出一些优秀的数字文创作品,包括网络视频、动漫游戏、创意设计等,如清华大学"爱上图书馆"短视频和排架游戏[6]、北京大学图书馆的手机游戏"图书馆的初遇"[7],以及武汉大学图书馆设计的用于服务推广的小布卡通形象[8]等。

手绘作品因其独特的原创性和艺术感染力,是文创作品中应用较多的一种形式。传统手绘是使用绘画材料与纸张进行创作,而新型数字手绘是指通过计算机、专用手绘板和压感笔等进行绘画创作。王维荣[9]认为,"手绘插画作为兼具艺术性、情感化、商业性与亲和力的表达方式,是文创产品传达品牌情感,塑造文化形象及品牌个性的有效手段,对于文化的传播、历史的传承以及品牌的塑造有重要的研究意义。"国内图书馆界有少量优秀手绘应用的成果,如厦门大学图书馆2013年的"圕·时光"项目提取毕业生的借阅历史、入馆记录、论文题目等内容,进行手绘图文设计,构建了文艺小清新的创意网站,成为高校毕业季活动的典范[10]。公共图书馆领域亦有口碑良好的手绘文创案例报道,如2014年厦门市图书馆通过设计制作手绘地

* 本文系清华大学教改项目"面向创新训练的信息素养教育实践探索"(项目编号:ZY01_02)研究成果之一。
作者简介:孙懿琳(ORCID:0000-0003-2865-3954),本科生;宋昕阳(ORCID:0000-0003-4738-1122),本科生;韩丽风(ORCID:0000-0001-8412-2344),信息参考部主任,副研究馆员,硕士,通讯作者,E-mail:Hanlf@tsinghua.edu.cn。
收稿日期:2020-09-25 修回日期:2020-12-19 本文起止页码:72-78 本文责任编辑:王传清

图推广阅读,取得了突出的社会效益[11]。但总体而言,目前国内图书馆手绘类文创设计内容普遍较为浅显,多数局限于建筑的表象或者特色馆藏资源,缺乏对图书馆进行全面、系统的研究性挖掘,尚未构成对图书馆丰富文化内涵的高效传播,因此还有很大发展空间。

2 清华大学手绘图书馆项目创意与实践

清华大学图书馆拥有百年历史,其建筑设计独特、人文底蕴深厚、资源丰富功能完备,作为学术和文化的复合载体,她蕴含了大量可供挖掘的创作素材。2019－2020 年,在国家大学生创新训练项目支持下,清华大学图书馆老师指导 12 位来自不同专业的在校本科生进行创新实践,尝试突破目前图书馆文创设计的表达局限,在形式与内容上进行深度挖掘和全新探索,最终花费一年的时间创作发布了以 4 幅"手绘图书馆"故事长图为主体,系列周边产品为衍生的系统化创意设计作品。手绘图书馆系列作品通过明晰的信息整合与生动的视觉表达,直观而深入地对清华图书馆进行了全方位的艺术再现,不仅在校内师生中引起热烈反响,在社会上也产生了较大的影响力。根据不完全统计数据(截至 2020 年 10 月 20 日),清华大学手绘图书馆项目作品已在微信平台上获得阅读量约 20 万次,微博转发量累计 1 400 余次,并受到社会新闻媒体《北京日报》的关注和采访报道,可谓是文化创意设计与传播的典型案例。鉴于当前图书馆文创的研究文章较多侧重政策、制度等宏观方面的讨论,"缺少微观层面可供参照的实施路径"[12],本文旨在分享这次创新实践的思路与经验,与同行交流。

2.1 项目计划

本手绘图书馆项目的目标是用年轻化的视觉语言和传播形式,全方位、有深度地呈现清华大学图书馆的建筑风貌、历史文化和功能特色等丰富内涵,最终作品集实用性与艺术性于一体,既是一份图文并茂的图书馆实用功能说明书,帮助本校师生更好地发掘和利用身边的图书馆资源与服务;同时又是一部反映清华大学人文精神的纪录片,为读者讲述图书馆里不易被发觉的人文历史,传播清华校园特色文化,加深校内外读者对清华大学的认知。

为准备和搜集创作素材,团队成员首先在老师指导下进行了深入的学习与调研,包括研读馆史文献资料、查阅清华校友的图书馆回忆录、培训文献检索课程主要知识点,以及进行图书馆实地观察、拍摄并访谈工作人员,从而掌握第一手资料。

在调研挖掘图书馆内容素材的同时,团队成员对创意设计形式开展头脑风暴,依据对现有文创设计案例的分析,结合本项目的实践定位以及作品传播平台的呈现特点,确定了以手绘长图为主体、文创周边为衍生的设计方案,并制定了创作进度和发布宣传计划,最后根据发布平台数据和读者调查问卷进行项目评估。

2.2 设计方案

2.2.1 设计框架

清华大学图书馆体系包括总馆(含老馆、西馆、北馆三座相对独立又连成一体的馆舍)、6 所专业图书馆(经管图书馆、建筑图书馆、法律图书馆、文科图书馆、美术图书馆和金融图书馆),以及日益重要的、区别于实体图书馆形态的数字图书馆。因此手绘项目方案以故事长图为主体,分为老馆篇、西馆与北馆篇、专业图书馆篇和数字图书馆篇,同时设计系列周边产品进行配套宣传。

之所以选择以故事长图为视觉载体,是因为清华大学图书馆无论从空间上、时间上,还是从内涵和功能上来讲,都反映出非常庞大的信息体量。而长图叙事的方式能把大量信息娓娓道来,将复杂的文本内容直观化、具象化,具有良好的可读性和感染力。从传播角度而言,条状长图非常适合在手机等移动端上滑动阅读,因此也具有较强的传播力和渗透性。

衍生周边产品包括:4 款配套的帆布包和笔袋设计,其表面的布面图案从长图中提取元素再设计,意图为加强系列感,提高品牌的完整性;一款镀金信封套组,组成包括信封外壳、火漆印章、信纸和书签,能够贴合图书馆的人文气质。

2.2.2 故事文案的设定

(1)图文线索。老馆篇以历史时间轴为线索,其他各馆皆以空间布局为线索,数字图书馆篇则以穿越时空的想象力为线索。

(2)角色设置。男主人公凯峰,名字取自凯风人文社科图书馆;女主人公伊芙,谐音西馆名"逸夫"。两人作为人物线索贯穿整个系列作品,将 4 幅长图串连为一体,也借两人的情感线为故事增加青春气息。实际上,两位主角的角色设定沿用了本馆 2012 年荣获第十届 IFLA 国际营销大奖的短视频作品《爱上图书馆》主角人设,亦为图书馆文创作品的延续性考量。

(3)内容分工。老馆篇主要侧重历史叙事和人文精神展现;西馆和北馆篇侧重的是图书馆功能介绍和日常描绘;专业图书馆篇体现学科特色和文化多样性;数字图书馆篇则重点科普线上学术资源,畅想未来图

书馆智能服务模式。根据个人兴趣，团队成员分为 4 个小组展开创作实践，提取关键元素和文化符号，构思艺术创意，同时保持定期共同讨论，互相支援，最终完成系列作品。

本次手绘作品目标是力求信息综合全面，但是各组在内容选择上各有侧重，重点表现不同图书馆的独具特色之处，避免整体上重复累赘。

2.2.3　视觉表现形式

（1）风格基调。高校图书馆作为校园公共文化空间和学术性机构，其本身的文化气质是独特的、多元的，既有庄重沉稳的一面，也有青春现代的一面。本项目的受众群体主要是青年学生，传播媒介主要为线上网络，因此作品的文案和手绘风格宜庄重大气并适当轻松有趣。在图书馆本身的色彩基调上进行一定提亮和提纯，使得整体效果醒目活泼而不失沉稳。

（2）画面逻辑。整体采用俯瞰的全局视角，不完全照搬真实建筑的空间结构，而是在画面中抽象出一条 Z 字型的道路贯穿始终，引导读者视线向下翻看阅览，适合手机阅读。建筑物品在画布左右斜向穿插，底边向上的倾斜角度定量为 30° – 40°。其间穿插一些正面或特写镜头等特殊视角，用以展示个别比较特殊的空间结构，凸显图书馆的环境特色，也能为作品整体加入不同的节奏感，避免视觉疲劳。

（3）统一原则。4 幅作品在视觉逻辑和色彩基调上保持统一，画布宽度与分辨率统一、人物和字体大小统一，以保证作品的系列感，但风格上允许各篇依据呈现内容保留一些不同的视觉特点。如老馆篇采用了民国风元素和一镜到底的画面结构，而数字图书馆篇考虑到本身题材特殊，增加了一定的科幻元素，相应地在形式上调整为更加自由现代的多格漫画。

2.2.4　公关传播方式

以网络传播手段为主，借助清华大学的官方媒体进行宣传和发布，主要传播平台为微博和微信公众号，同时在清华大学图书馆官方微信公众号同步发布；以线下的实体周边发放宣传为辅，通过微博抽奖和微信公众号评论抽奖等形式促进与读者的互动，扩大传播范围。

设计团队标志，加强品牌辨识度。标志设计方案为写有团队名称“手绘图书馆”的隶书方印，红底阴刻，符合图书馆的气质和作品的“手绘”特点。在访问手绘作品的二维码中也嵌入了团队图标，见图 1。

2.3　项目实践成果

2.3.1　老馆篇：《老馆闭馆的第 32 天，想她……》

时间跨度自 1912 至 1958 年，囊括了战时搬迁、周总理参观图书馆等重大历史事件，亦将杨绛、曹禺、朱自清等著名校友与图书馆相关的事迹与名言，以情节或者旁白的形式运用在画面中，表现清华图书馆严谨的学术氛围、深厚的人文积淀，以及一代代清华人的精神气节和历史责任，反映了图书馆与大学、国家共命运，始终不渝坚持文化传承使命，以及清华文化基因的一脉相承。手绘艺术的运用使得图书馆的历史故事鲜活起来，而不只停留在校友的回忆里和史书的记载中。作品发布以老馆因维修闭馆一个月为契机，勾起了广大师生对老馆的回忆与深深眷恋。





图 1　团队图标、4 期作品二维码

2.3.2　西馆和北馆篇：《最爱清华图书馆，不接受反驳！》

内容重点在总馆两部分馆舍的功能和清华学生的日常生活上，包含了图书馆主要的空间设施、资源服务，描绘了学生在图书馆开展学习研究等各种活动的情景百态（“清华招生”微信公众号转发该推文时，将题目更改为“一幅长图带你走进清华图书馆的日常”）。图书馆不仅是知识资源宝库，同时也作为师生们进行日常学习和学术活动的重要场所，各种日常素材为作品增添了生动的生活气息，反映了活跃的学术氛围在清华校园中无处不在。

2.3.3　数字图书馆篇：《我的清华数字图书馆，一直在线！》

采用“穿越”的情节设定，实体化虚拟的电子图书馆，巧妙地嵌入了重要的学术资源数据库和检索工具信息，并从读者的视角勾勒了理想的智能图书馆未来。

2.3.4　专业图书馆篇：《世界读书日：清华图书馆，我想你了！》

新冠肺炎疫情席卷全球期间，图书馆闭馆已久，作品发表正值世界读书日与清华 109 周年校庆之际，6 所各具特色的专业图书馆、仿佛学生依然在馆内学习、准备考试的一幕幕场景，引起了师生们对校园、对图书馆的思念，以及对世界恢复健康美好秩序的祝福和期盼。

微信平台发布的 4 期推文封面如图 2 所示。4 期长图主要信息一览如图 3 所示。





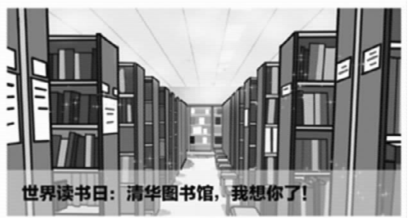



图 2　4 期微信推文封面

- 手绘图书馆长图
  - 老馆闭馆的第32天，想她.....
    - 关键词：老馆；历史文化
    - 知识点：图书馆的历史变迁；著名校友与图书馆-杨绛、曹禺、朱自清；周总理视察清华毕业展览
    - 目标：使读者了解图书馆的历史文脉，传承清华文化
    - 手绘风格：文艺怀旧
  - 最爱清华图书馆，不接受反驳
    - 关键词：总馆（西馆、北馆）；功能服务
    - 知识点
      - 空间设施：音乐图书馆；单人研读间；团体研讨间；仰望咖啡屋；互动体验区；24小时书店
      - 服务与活动：真人图书馆；培训讲座；展览；馆际互借；闭架库；专题书架；读书沙龙
      - 校园文化：大咖云集；国际化；课程挑战度；九歌作诗系统；大创项目；高科技（智能通还小车）
      - 其他特色：学生管理员；图书保护完善；环境绿植
    - 目标：使读者了解图书馆丰富的空间设施、服务活动，体验清华特色的校园文化
    - 手绘风格：现实写真
  - 我的清华数字图书馆，一直在线
    - 关键词：数字资源；在线服务
    - 知识点
      - 门户和工具：水木搜索；数据库导航；馆际互借平台
      - 主要电子资源：CNKI、超星、书香清华、人民日报、古籍库、Elsevier、PQDT、Springer、ACS等
      - 清华特色数字资源：音乐图书馆、原创视觉空间、学位论文库、学者库等
    - 目标：使读者了解常用门户工具和电子资源
    - 手绘风格：未来科幻
  - 世界读书日：清华图书馆，我想你了！
    - 关键词：专业馆；特色资源/服务
    - 知识点
      - 文科图书馆
        - 特色馆藏：爱泼斯坦专架、诺奖作品专架、科恩专架、服部文库、地方志等
        - 特色空间：单人研读间、团体研讨间；展览区
        - 其他特色：赵元任先生的钢琴故事；选座系统
      - 法律图书馆：紧邻模拟法庭；法律特色数据库如World Trade Online
      - 经管图书馆：特色资源与服务，如毕业生论文、二十四史等
      - 金融图书馆：Wind检索终端；电子读报机
      - 美术图书馆：专用《艺术图书分类法》；仿真画描摹区；毕业生作品展等
      - 建筑图书馆：梁思成与建筑馆；特色收藏-样式雷图纸和烫样
    - 目标：使读者全面了解各专业馆独特的空间布局、特色馆藏和服务
    - 手绘风格：多元特色

图 3　手绘图书馆长图主要信息一览

3 手绘图书馆项目传播效果分析

3.1 流量数据统计

手绘图书馆系列原创作品宛如一幅幅描绘清华图书馆过去、现在和未来的画卷,一经发布即受到校内外读者的广泛关注和好评。在清华大学和图书馆微信微博发布后,作品被清华招生、清华 MBA、清华校友(同方部)以及清华终身学习等多家官方微信公众号转发。从总体数据可见本次作品创作和宣传是成功的。如表 1 所示:

表 1 手绘作品成果数据统计

作品	成品长度/米	微信公众号阅读量*/万次	微博平台		
			转发/次	评论/次	点赞/次
老馆篇	3.81	4.56	24	16	187
西馆和北馆篇	4.36	9.14	698	307	554
数字图书馆篇	3.17	3.22	240	105	173
专业图书馆篇	5.23	2.98	504	204	273
总计	16.57	19.9	1 466	632	1 187

注:*表 1 中数据包括清华大学和图书馆官方平台,以及清华招生、清华校友等主要微信公众号转发的阅读量。数据统计截至 2020 年 10 月 20 日

3.2 读者调查分析

微信平台在每期推文后均设置了有奖评论话题,吸引了大量读者参与互动,4 期互动主题分别为:“老馆与我”“我在图书馆…”“我最偏爱的电子资源”以及“我和专业图书馆的故事”。

在全部作品发布结束后,团队利用问卷星设计了作品传播效果调查问卷,共有 152 位读者参与调查及反馈。调查结果如表 2 和表 3 所示:

表 2 问题“看完长图,您印象最深的是什么?(最多选三项哦)”的调查结果

项	小计	比例/%
清华图书馆的人文历史	99	65.13
实用的清华图书馆使用指南	56	36.84
亲切的学习日常	90	59.21
视觉表现形式	93	61.18
伊芙和凯峰的爱情故事	11	7.24
其他(请说明)	2	1.32
本题有效填写人次	152	

在调查问卷的开放问题部分,读者留言活跃,如一位读者写道:“手绘风的图书馆作品一直在看,表现很细腻,看完之后会有感觉哇好想去图书馆呀!很喜欢的是对于图书馆各个区域的介绍,穿插在中间不会很突兀,又可以让读者了解到图书馆里自己没有探索到的部分,这是很让人期待的。图文里加入一些故事性的情节确实会更吸引人一些,以一个清华人的生活展开对图书馆的认知也很有意思 ~”。还有不少读者希望获得文创周边的奖品,如:“特别喜欢这一系列的作品,有文化有内涵有深度有创意,就是希望文创产品能多点,我也能获得一套。”

表 3 问题“通过系列手绘图书馆作品,您是否增强了如下各方面的认知度?(多选题)”的调查结果

选项	小计	比例/%
更了解图书馆历史文化	127	83.67
更了解图书馆的主要功能(空间、设施、服务)	104	68.71
更了解电子资源的重要性	59	38.78
更了解清华的校园文化	98	64.63
激发对图书馆以及清华的热爱	98	64.63
激发探索图书馆的兴趣	81	53.74
激发好好学习当学霸的愿望	41	27.21
本题有效填写人次	152	

通过数据统计、发布平台的互动留言以及读者调查可见,手绘图书馆作品尤其在文化历史传播和资源功能科普方面发挥了显著的作用,表明用故事叙事的视觉表现形式能够促使信息广泛的传播、被更多的读者接受。同时,衍生的周边作品也受到了热烈欢迎,手绘系列作品也因此获得了更多的转发和留言,无疑,传统与数字结合的文创形式获得读者认可,而线上线下结合的融媒体手段是文创宣传行之有效的传播方式。

从作品传播效果来看,本项目发表的成果在广大清华师生中引发了情感共鸣,增强了师生对于图书馆的认同感和自豪感,同时在网络上产生了强烈的反响,特别值得注意的是,作品还激发了相当部分的中学生对清华大学的向往,在社会上产生了积极的影响。专业设计人员也对作品表示了肯定和赞赏:清华大学建筑学院关肇邺院士团队成员、曾参与清华图书馆建筑设计的程老师在其微信朋友圈中对该作品进行转发并表示了高度评价;美术学院顾老师给予了中肯的专业评价和鼓励:“年轻的设计师们通过生动有趣的插图设计和直观的图像语言,拉近了读者们与图书馆的距离,为繁重的学习注入一丝轻松的氛围,为校园生活增添了一抹靓丽的色彩。希望在现有的插画风格上,融入更多有创造性的绘画和设计语言,在艺术形式上做更大胆的尝试。同时,还可以从中国的艺术前辈如丰子恺、张光宇等大师的插图作品中汲取传统艺术灵感,探索更为丰富的视觉表达手段。”在收到普遍好评的同

时,项目团队也注意到了部分读者对作图和内容上提出了合理批评及更高期望,如作品在艺术感染力和观赏性方面仍有提高空间,为以后作品创作改进提升提供了参考。

3.3 新闻媒体报道

手绘图书馆前两期作品发布后受到社会新闻媒体的关注,2019 年 12 月 18 日,《北京日报》客户端版延伸新闻发表对主创团队的采访报道——“手绘描摹图书馆前世今生”,对项目的创作过程和作品进行了较为细致的报道。其中第一次披露了长图的统计数据:第一幅老馆部分长 3.5 米,绘制 60 多个人物,而且做到了“图中所绘制的每一个画面,每一句话都有出处”,第二幅长图则长达 4.3 米,一共 120 多个人物入画,并预告了后续系列作品的创作计划,吸引读者持续关注[13]。

4 总结与思考

高校图书馆伴随着高校的发展与时俱进,其悠久的历史渊源、优秀的文化传统都具有不可替代性,是高校文化创作的重要源泉。清华大学手绘图书馆项目团队积极探索,对图书馆这一具有深厚文化底蕴的复杂命题进行多维度、全方位的探究和设计实践,突破了大多数手绘作品“美观而不精深”或“有深度而不广博”的表达局限,以可视化的艺术形式,系统全面呈现了图书馆文化、历史、资源、服务、功能等元素,在传达丰富信息的同时也传递了人文情怀。特别是将数字图书馆融入到图书馆文创主题中,与实体图书馆形成完美融合的展现效果,在国内图书馆文创领域尚属于首次。实践表明,传统与数字结合的文创形式更容易获得读者认可,而线上线下结合的融媒体手段是文创宣传行之有效的传播方式。总之,高校图书馆作为高校文化与学术资源的重要载体,兼具文化性和学术性的丰富内涵,将手绘视觉艺术应用于图书馆文化创作具有广阔的空间,对于高校文化传承创新、对于教育本身都具有重要的意义。

从实践路径的角度,清华大学手绘图书馆项目成功是一次学生深度参与图书馆服务创新的成功。田韶峻[4]指出:“若吸引作为高校主体且朝气蓬勃、思想活跃的青年大学生群体加盟,高校图书馆文创当大有作为”。高校图书馆文创实践吸纳学生参与有助于保持源源不断的创新活力,从而持续提升图书馆文化辐射力,而一批批学生则在此过程中历练成长、收获成功[14]。本项目成员参加项目之初多为大一、大二学生,并都是第一次参与创新训练项目,在调研与创作过程中,他们不仅对清华大学图书馆形成了较为系统、全面、深刻的认识,提升了个人信息素养和自主学习能力,同时增强了专业实践、学术研究、创新思维与团队合作等多方面的综合能力,因此项目的成功也体现了图书馆参与高校创新型人才培养实践的重要价值。

参考文献:

[1] 莫晓霞. 图书馆文化创意产品开发探讨[J]. 图书馆建设,2016(10):98－101.
[2] 刘浩,马晴. 台湾地区图书馆文创产品开发研究[J]. 图书馆建设,2017(9):78－82.
[3] 王毅, 柯平. 公共图书馆文化创意产品开发类别调研与分析[J]. 图书情报工作, 2018,62(3):21－32.
[4] 田韶峻. 我国图书馆文创工作研究综述[J]. 图书馆学刊,2020(4):92－98.
[5] 陈媛. 试论高校图书馆文创产品开发与推广的现状与问题[J]. 内蒙古科技与经济,2018(8):147－148.
[6] 清华大学图书馆网站[EB/OL]. [2020－05－20]. http://lib.tsinghua.edu.cn/dra/news/annoucement/3080.
[7] 刘雅琼,李峰,张春红,等. 图书馆信息素养教育手机游戏的设计与实施——以国内高校图书馆首款主题故事类手游为例[J]. 图书与情报,2018(6):91－96.
[8] 胡永生,陆敏,张珈利. 建立推广策略搭建互动平台——武汉大学图书馆的推广服务创新[J]. 大学图书馆学报,2013(5):76－78,91.
[9] 王维荣. 论手绘插画在文创产品设计中的应用[J]. 信息周刊,2019(37):457.
[10] 龚晓婷,陈俊杰,林霞,等. 读者数据的挖掘与创意呈现——以“圕·时光”为例[J]. 大学图书馆学报, 2013(6):92－96.
[11] 付虹. 阅读推广活动促进图书馆服务效益提升的实践探索——《厦门阅读手绘地图》策划案例分析[J]. 图书馆杂志, 2017(10):51－54.
[12] 陈乃嘉, 詹庆东. “图书馆＋文化创意”理论模式研究[J]. 图书情报工作, 2018,62(22):15－21.
[13] 又是别人家的! 看到这些高校的图书馆,我酸了…. 北京日报客户端[EB/OL]. [2020－05－20]. https://baijiahao.baidu.com/s? id=1653145937477072884&wfr=spider&for=pc.
[14] 韩丽风,王媛,刘春红,等. 学生读者深度参与图书馆管理和服务创新的实践与思考——以清华大学为例[J]. 大学图书馆学报, 2013(4):26－30.

作者贡献说明:
孙懿琳:内容讨论、案例撰写;
宋昕阳:内容讨论、案例修改;
韩丽风:论文框架设计、论文修改。

Exploring Creativity and Practice of "Hand Drawn Library": The Case Study of Tsinghua University Project

Sun Yilin[1] Song Xinyang[2] Han Lifeng[3]
[1] Academy of Arts & Design, Tsinghua University, Beijing 100084
[2] Department of Electronic Engineering, Tsinghua University, Beijing 100084
[3] Tsinghua University Library, Beijing 100084

Abstract: [Purpose/significance] Explore the practical experience of applying hand-drawn visual art to develop cultural creative design in university libraries. [Method/process] Using case study method, the paper introduced the idea and practice of "Hand Drawn Library" of Tsinghua University project in detail. The project team explored the library's architectural design, history, resources and functions and put all the elements to cultural creative design. [Result/conclusion] The Hand Drawn Library works has effectively promoted the spread of library culture, and the popularization of library resources and functions. The combination of traditional and digital cultural creative forms has been recognized by readers. The integration of online and offline communication is proved to be effective. The application of hand-painted visual art to library cultural creation has important value for the inheritance and innovation of university culture.

Keywords: university library culture creativity visual design hand-drawn art case study